

A woman with reddish-brown hair tied back, wearing a leopard print top, is sitting at a wooden table in a shop, smiling while working on a laptop. The shop has shelves in the background filled with various products, including bottles and boxes. Two red pendant lamps hang above the table. On the table, there is a stack of blue brochures or menus, a red notebook, and a small black device.

=exact

Exact KMO Barometer 2025

Sectoronderzoek Handel

Uitkomsten KMO België



Inhoud

1. Inleiding en methodologie
2. Uitdagingen
3. Financiële gezondheid en groei
4. Marktbenadering
5. Efficiëntie van processen
6. Contact

1. Inleiding en methodologie

Inleiding

Met het KMO Barometer onderzoek houdt Exact vinger aan de pols bij het midden- en kleinbedrijf. De KMO Barometer is een onafhankelijk onderzoek naar zakelijke uitdagingen van kmo's in België, onder meer op het gebied van mate van financiële prestaties en bedrijfsprocessen. Het onderzoek wordt jaarlijks uitgevoerd en deze negende editie heeft plaatsgevonden in het eerste kwartaal van 2025.

Het onderzoek richt zich zowel op het kmo als geheel als specifiek op enkele sectoren. In totaal werkten aan het verdiepende onderzoek voor de handelssector 97 respondenten mee: bedrijfseigenaren of leidinggevendenden van Belgische kmo-ondernemingen actief in de groothandel of detailhandel, met een bedrijfsgrootte tussen 2 en 250 FTE. Zij zijn bevraagd naar hun bevindingen via een web gebaseerde panel survey. Onderzoeksbureau Markteffect voerde het onderzoek uit in opdracht van Exact.

Respondenten zouden bij toeval klant van Exact kunnen zijn. Dit is

echter niet bij ons bekend en respondenten zijn hier door het onafhankelijke onderzoeksbureau ook niet op geselecteerd.

Dit onderzoek is ook uitgevoerd in Nederland. [Klik hier](#) voor meer informatie over het KMO Barometer onderzoek en uitkomsten van het Nederlandse MKB Barometer onderzoek.

Wemmel, 1 mei 2025

Methodologie

Let op!
Door afronding kan
het voorkomen dat
percentages optellen
tot 99% of 101%.

Onderzoeksopzet en -verantwoording

Steekproef: n=97. Doelgroep: hoger en midden management van Belgische kmo-bedrijven actief in de handelssector.

Methode: kwantitatief online onderzoek, data zijn verzameld via de panels van Markteffect.

Bedrijfsgrootte		Bedrijfsgrootte gedetailleerd		Buitenlandse vestigingen	
klein (2 tot 50 medewerkers)	49%	2 tot 10 medewerkers	11%	Ja	61%
middelgroot (50 tot 250 mw.)	51%	10 tot 20 medewerkers	22%	Nee	39%
		20 tot 50 medewerkers	16%		
		50 tot 250 medewerkers	51%		

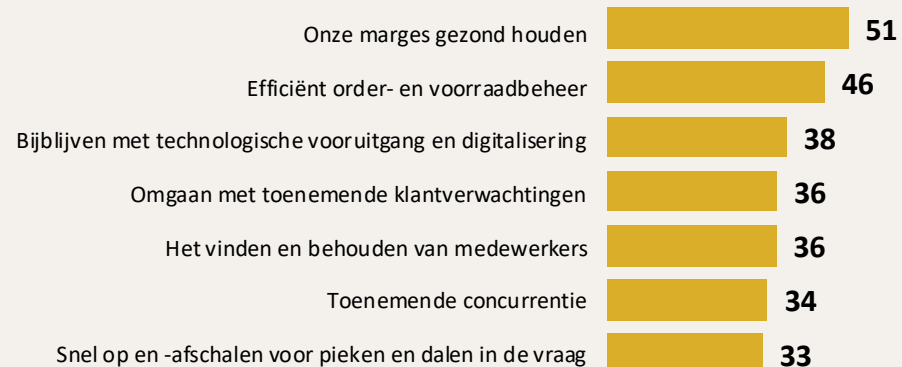
2. Uitdagingen

Uitdagingen in de handel

De marges gezond houden is de nummer één zakelijke uitdaging

We vroegen respondenten in dit onderzoek allereerst naar hun zakelijke uitdagingen voor 2025. De marges gezond houden is voor de helft (51%) van de handelsbedrijven de belangrijkste uitdaging. Daarnaast ziet men het vooral als een uitdaging om orders en voorraad te beheren. Bijblijven met technologische vooruitgang maakt de top drie compleet.

Wat zijn dit jaar de belangrijkste zakelijke uitdagingen? (%)



Vrijwel alle handelsbedrijven zetten in op betere winstmarge

Meest voorkomende acties om de winstmarge te verbeteren zijn kostenverlaging (54%) en onderhandeling over lagere inkooprijzen (53%). Daarnaast investeert 44% in automatisering. Vier op de tien handelsbedrijven voelt zich genoodzaakt om de prijzen te verhogen.

Welke acties worden ondernomen om de winstmarge te verbeteren? (%)



Significante verschillen

Middelgrote handelsbedrijven investeren vaker in software dan kleine handelsbedrijven (59% vs. 29%), verhogen vaker de prijzen (53% vs. 23%) of zetten juist vaker in op prijsverlaging (67% vs. 40%). Kleine handelsbedrijven geven vaker aan dat hun marges goed zijn (10%) dan de middelgrote handelsbedrijven (0%).

Onderscheiden van de concurrentie

Bedrijven zetten in op goede klantenservice en kwaliteit van het assortiment

We vroegen respondenten in dit onderzoek ook op welke manier zij zich proberen te onderscheiden van concurrenten. Handelsbedrijven onderscheiden zich vooral door een goede klantenservice (63%) en door de kwaliteit van het assortiment (51%). Ook snelheid (40%) en innovatie (37%) worden regelmatig genoemd. Het minst genoemd worden lage prijzen (28%) en marketing (28%).

Hoe probeert het bedrijf zich te onderscheiden van concurrenten? (%)



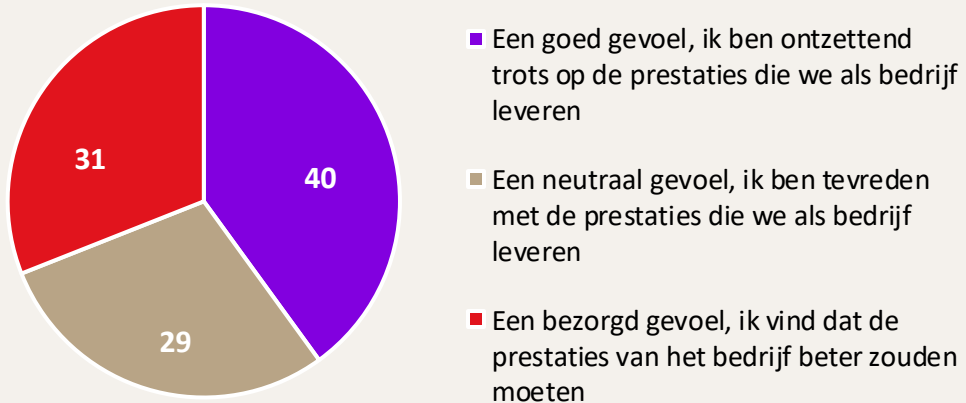
3. Financiële gezondheid en groei

Prestaties en inzet op groei

Zeven op de tien handelsbedrijven is tevreden met de prestaties

We waren ook benieuwd hoe handelsbedrijven in het kmo naar hun prestaties kijken. Zeven op de tien is tevreden met de prestaties. 50% is zelfs ontzettend trots op de prestaties die worden geleverd. Drie op de tien is bezorgd en vinden dat de prestaties van het bedrijf beter zouden moeten.

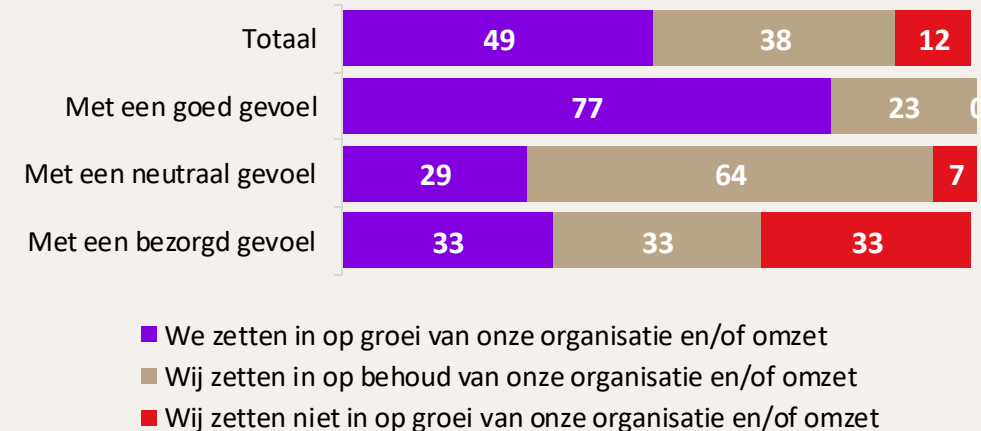
Met welk gevoel kijkt u momenteel naar de prestaties van uw organisatie? (%)



De helft van de handelsbedrijven zet in op groei

Opvallend is dat bedrijven die aangeven een goed gevoel over de prestaties te hebben, vaak inzetten op groei van de organisatie en/of omzet: 77% van hen doet dit. Bedrijven waar men bezorgd of neutraal is, zetten juist minder vaak in op groei: gemiddeld doet slechts rond één derde dit.

Hoe kijken jullie naar groei binnen het bedrijf? (%)



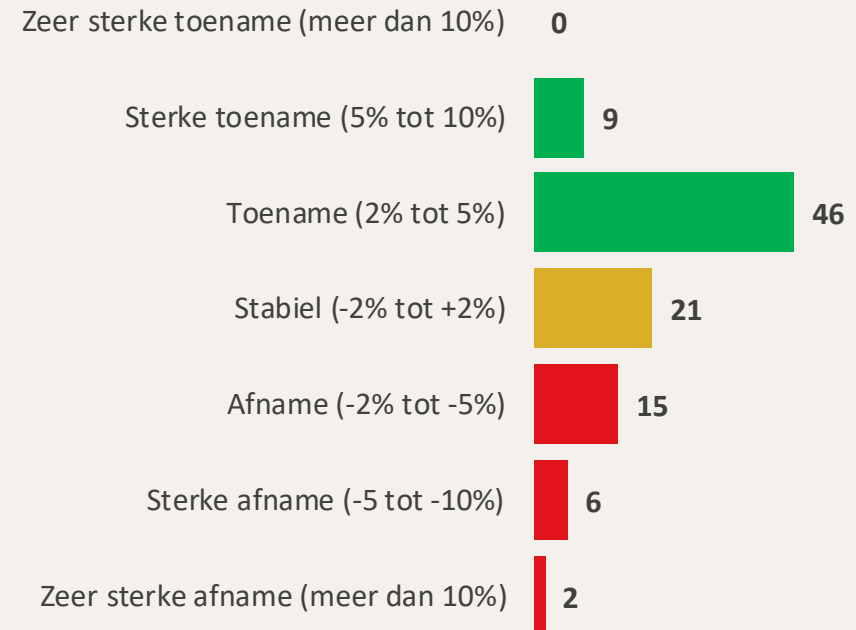
Groeiverwachting

56% van de handelsbedrijven verwacht een omzetstijging

Handelsbedrijven staan voor vele uitdagingen. Desondanks verwacht een meerderheid (56%) in 2025 een omzetstijging te gaan realiseren. In de meeste gevallen gaat het om een lichte omzetgroei van 2% tot 5%.

Slechts 24% van de handelsbedrijven verwacht in 2025 een omzetsdaling van 2% of meer.

Verwacht u dat de omzet toe- of afneemt in 2025? (%)



4. Marktbenadering

Marktbenadering

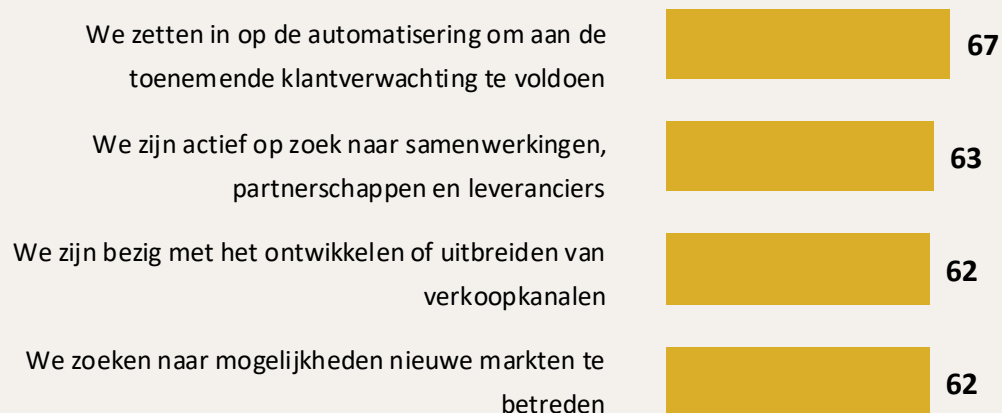
Handelsbedrijven zijn volop in beweging

Twee derde zet daarbij in op automatisering om aan de toenemende klantverwachtingen te voldoen. Daarnaast zet men in op meer samenwerking (63%), uitbreiding verkoopkanalen (62%) en toegang tot nieuwe markten (62%).

8 op de 10 handelsbedrijven verkoopt online, meestal via eigen webshop

45% verkoopt via online marktplaatsen, zoals Bol, Amazon, Beslist o Marktplaats. 39% verkoopt via social media, zoals Facebook Marketplace, Instagram Shop, TikTok Shop of LinkedIn Services Marketplace.

Welke van de volgende stellingen zijn van toepassing op uw bedrijf? (%)



Via welke online verkoopkanalen verkoopt het bedrijf? (%)



Significante verschillen

Middelgrote handelsbedrijven verkopen vaker dan kleine handelsbedrijven via de eigen webshop (69% vs. 48%), via online marktplaatsen (55% vs. 23%) of via social media (55% vs. 23%). 10% van de middelgrote handelsbedrijven verkoopt niet online. Van de kleine handelsbedrijven verkoopt 33% niet online.

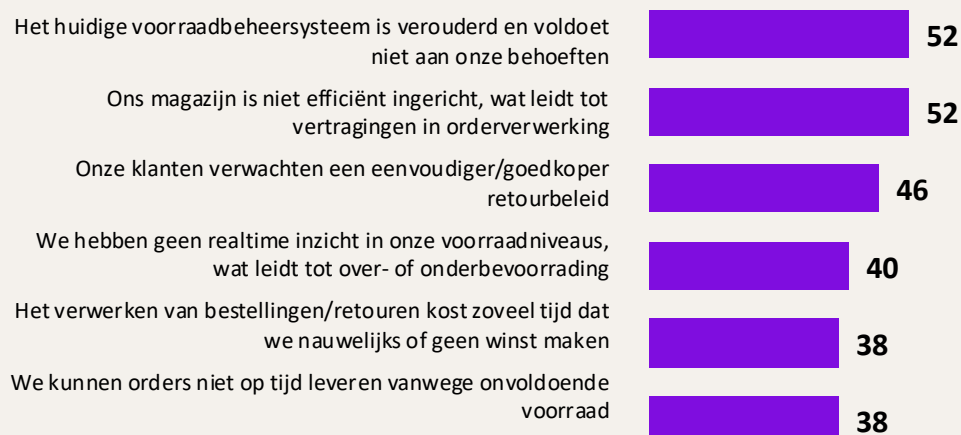
5. Efficiëntie van processen

Magazijn- en voorraadbeheer

Negen op de tien handelsbedrijven ervaart uitdagingen in magazijn- en voorraadbeheer

Veel handelsbedrijven hebben te maken met een verouderd beheersysteem (52%) en inefficiënte magazijninrichting (52%). Andere problemen zijn een gebrek aan realtime inzicht (40%), een complex en tijdrovend retourbeleid (38%) en onvoldoende voorraad (38%).

Stellingen over het magazijn- en voorraadbeheer - % mee eens



Vrijwel alle handelsbedrijven hebben inefficiënte magazijnprocessen

We vroegen respondenten in dit onderzoek ook naar efficiëntie in het magazijn. Het blijkt dat bijna alle handelsbedrijven wel te maken hebben met inefficiëntie op dit vlak. Het vaakst genoemd wordt de voorraadcontrole en -telling (48%), gevolgd door de opslag en het beheer van voorraad (46%).

Welke processen binnen het magazijn zijn momenteel het minst efficiënt? (%)



Significante verschillen

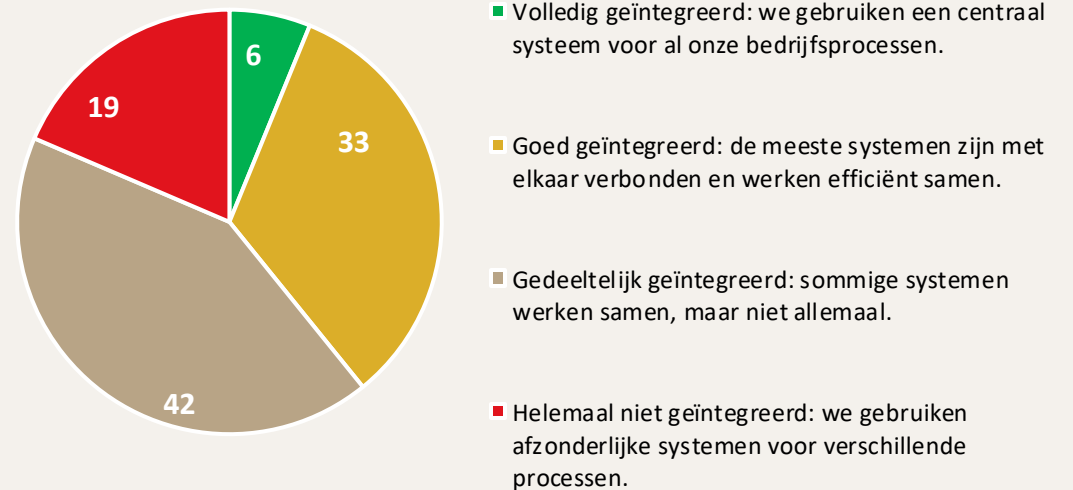
Middelgrote handelsbedrijven ervaren vaker dan kleine handelsbedrijven inefficiëntie van voorraadcontrole (63% vs. 33%), opslag en beheer van voorraad (65% vs. 27%), orderpicking en verzending (39% vs. 15%) en ontvangst van goederen (41% vs. 21%).

Integratie van bedrijfsprocessen

Bijna de helft van handelsbedrijven werken met systemen die niet goed geïntegreerd werken.

Tot slot vroegen we respondenten in dit onderzoek naar de integratie van bedrijfsprocessen. Kijken we naar bedrijfsprocessen van handelsbedrijven dan zien we dat hier nog veel efficiencywinst te behalen is. 39% heeft gedeeltelijk geïntegreerde processen: sommige systemen werken samen, maar niet allemaal. 7% heeft systemen die helemaal niet geïntegreerd zijn.

In welke mate zijn in uw bedrijf de bedrijfsprocessen geïntegreerd? (%)



5. Contact



Contact

Auteursrecht

Het is toegestaan resultaten uit het KMO Barometer onderzoek over te nemen in eigen publicaties, mits de bron vermeld wordt en gebruik van de resultaten geen commerciële doeleinden dient.

Over Exact

Exact ontwikkelt cloud software voor kleine en middelgrote bedrijven en hun accountants. De producten automatiseren bedrijfsprocessen: denk aan financiële en HR-processen. Maar ook aan specifieke ERP-oplossingen voor handel, productie, projecten en bouw. Dat levert niet alleen tijdswinst op, maar ook inzicht. Zo kunnen klanten efficiënt werken, onderbouwde beslissingen nemen en verder groeien. Inmiddels vertrouwen ruim 150.000 klanten, voornamelijk in Nederland, België en Duitsland, op Exacts software.

Exact is in 1984 opgericht in Delft, waar het hoofdkantoor nog altijd gevestigd is. Dagelijks werken ruim 2.000 ambitieuze professionals aan innovatie. Verantwoord ondernemen staat daarbij centraal, want alleen met respect voor elkaar, het milieu en de samenleving kan de organisatie op lange termijn van waarde zijn.



www.exact.com | media@exact.com



Koningin Astridlaan 166, 1780 Wemmel